

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой ЭУБП

_____ З.А.Васильева

«_____» июня 2018 г

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02.01.13 – Менеджмент организации

**Стратегическое управление конкурентоспособностью
малого предприятия на стадии роста
(на примере ООО ТД «Премьер»)**

Руководитель	_____	ст.преподаватель	А.В.Москвина
Выпускник	_____		П.А.Горбунова
Нормоконтролер	_____		Т.П.Лихачева

Красноярск 2018

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой ЭУБП
_____ И.Р.Руйга
«25» ноября 2017 г

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студентке Горбуновой Полине Андреевне

Группа УБ14-08Б Направление (специальность) 38.03.02 Менеджмент

Тема бакалаврской работы Стратегическое управление конкурентоспособностью малого предприятия на стадии роста (на примере ООО ТД «Премьер»)

Утверждена приказом по университету № 5221/с от 11.04.2018 г.

Руководитель бакалаврской работы А.В.Москвина, старший преподаватель кафедры «ЭУБП»

Исходные данные для бакалаврской работы законодательные и нормативные акты, бухгалтерская отчетность, материалы с преддипломной практики, учебники, научные журналы и статьи

Перечень разделов бакалаврской работы:

1. Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в РФ и Республике Хакасия.
2. Стратегический анализ положения ООО ТД «Премьер».
3. Рекомендации и мероприятия по повышению эффективности разработки стратегии развития предприятия.

Перечень иллюстрационного материала:

- Титульный слайд;
- Актуальность темы;
- Цель и задачи бакалаврской работы;
- Общая характеристика предприятия ООО ТД «Премьер»;
- Анализ текущего положения рынка в РФ;
- Анализ текущего положения рынка в РХ;
- Позиционирование ООО ТД «Премьер»;
- Профиль ООО ТД «Премьер»;
- Финансовые показатели ООО ТД «Премьер»;
- Коэффициенты рентабельности ООО ТД «Премьер»;
- Комплексный анализ внешней и внутренней среды;
- Стратегические альтернативы;

- Оценка стратегических альтернатив;
- Экономические результаты от стратегических преобразований;
- Эффективность предложенных к реализации основных мероприятий по улучшению финансово – хозяйственной деятельности ООО ТД «Премьер».

Руководитель

А.В.Москвина

Задание принял к исполнению

П.А.Горбунова

«25» ноября 2017

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Стратегическое управление конкурентоспособностью малого предприятия на стадии роста (на примере ООО ТД «Премьер»)» содержит 122 страниц текстового документа, 80 использованных источников, 26 рисунков и 43 таблицы, 4 приложения, 2 формулы.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАЛОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, СТАДИЯ РОСТА, РАЗВИТИЕ, СТРОИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, СТРАТЕГИЯ.

Объект бакалаврской работы – деятельность ООО ТД «Премьер»

Предмет бакалаврской работы – оценка и анализ конкурентоспособности предприятия ООО ТД «Премьер»

Цель бакалаврской работы – разработка стратегии на стадии роста малого предприятия для повышения конкурентоспособности на примере ООО ТД «Премьер».

Задачи бакалаврской работы:

- оценить состояние и развитие рынка строительных и отделочных материалов Республики Хакасии;
- проанализировать производственно-хозяйственную деятельность ООО ТД «Премьер»;
- оценить уровень оснащенности производства строительных и отделочных материалов;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности и эффективности сбыта строительных материалов;
- оценить экономическую эффективность предложенных мероприятий.

По результатам проведенных исследований для ООО ТД «Премьер» была предложена стратегия проникновения на рынок, снижение себестоимости продукции посредством применения новых материалов или технологий, повышение квалификации и мотивация персонала за счет применения высокопроизводительного оборудования, снижающего трудоемкость работ и повышающего безопасность труда, разработана структурно- логическая модель формирования и реализации конкурентной стратегии, алгоритм комплексного мониторинга конкурентного развития, схема методики оценки потенциальных конкурентных преимуществ и система управления конкурентными преимуществами.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в РФ и Республике Хакасия...	7
1.1 Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в РФ	7
1.2 Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в Республике Хакасия	22
1.3 Позиционирование ООО ТД «Премьер» на рынке строительных и отделочных материалов Республики Хакасия	33
Заключение	44
Список использованных источников	48
Приложение А Оценка текущего положения состояния и прогноз объемов производства и потребления основных строительных материалов на территории Республики Хакасия	56

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной рыночной экономики устойчивое развитие национального хозяйства невозможно без вовлечения субъектов малого предпринимательства. Значение малых предприятий для страны трудно переоценить: это и рабочие места (за 2017 год было создано 2754577 малых предприятий, средняя численность работников составила 11986082 человек), и налоговые отчисления в бюджет [75].

Важность и социальную значимость малого бизнеса отметил Президент России Владимир Путин в ежегодном Послании Федеральному Собранию. В условиях быстро меняющейся ситуации, жесткой конкурентной борьбы, риска и неопределенности предприятия должны не только концентрировать внимание на текущем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая позволит успевать за изменениями, происходящими в их окружении и из-за этого зачастую малые предприятия в России не занимаются стратегическим управлением [58].

Рыночные условия функционирования российских предприятий требуют новых стратегических подходов к решению проблемы их конкурентоспособности. Эффективность функционирования предприятия в условиях рынка предполагает активный поиск и разработку каждым из них собственной стратегии повышения их конкурентоспособности. Именно конкурентная стратегия устанавливает направление деятельности предприятия в определении типа конкурентного преимущества информирования ресурсного потенциала его реализации. Конкурентные преимущества, которыми обладают на конкретном рынке хозяйствующие субъекты, являются существенными факторами конкурентной ситуации на рынке. Конкурентные преимущества определяются набором характеристик и свойств товаров, которые создают для предприятий определенные превосходства над их прямыми конкурентами. При этом количественная оценка уровня конкурентоспособности предприятия позволяет ему целенаправленно формировать и распределять свой ресурсный потенциал и

тем самым обеспечивать его конкурентоспособность. Поэтому изучение темы создания конкурентных преимуществ является актуальной.

Конкурентоспособность – сложное и разностороннее понятие, включающее в себя такие составляющие деятельности предприятия, как товар (услуга) и его основные характеристики: качество, актуальность, технология производства, доступность для конечных потребителей. Многоаспектность этого понятия обуславливается соответствием производимых организацией товаров и услуг требованиям рынка и конкретно потребителей не только по таким факторам, как качество, технические, экономические и эстетические характеристики, но и ввиду важности коммерческих характеристик и условий реализации, таких, как цена, сроки поставки, каналы сбыта, реклама, сервис [44].

Жизнь в условиях конкурентной борьбы – неперенный фактор, определяющий само право на существование той или иной организации на рынке, поскольку успешность компании обуславливается способностью предложить товары и услуги, наиболее соответствующие нуждам рынка и потребителей. Поэтому так важно пристальное внимание уделять такому многозначному аспекту предприятия, как конкурентоспособность [77].

В качестве объекта исследования выбрано общество с ограниченной ответственностью ТД «Премьер». ТД «Премьер» был организован в 1995 году и, и основным видом деятельности его является реализация различных видов отделочных материалов. Деятельность его начиналась с небольших объемов розничной торговли и предоставления довольно узкого ассортимента товаров. За годы работы оно успело зарекомендовать себя как одно из успешно развивающихся предприятий города Абакана. Компании удалось расширить свой бизнес, создав дополнительные производства на немалых по масштабу складских и производственных площадях.

Объектом исследования является деятельность ООО ТД «Премьер».

Предметом исследования является оценка и анализ конкурентоспособности предприятия ООО ТД «Премьер».

Целью данной бакалаврской работы является разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности на примере ООО ТД «Премьер» и обоснование их экономической эффективности.

Для достижения поставленной цели поставлены следующие задачи:

- оценить состояние и развитие рынка строительных и отделочных материалов Республики Хакасии;
- проанализировать производственно-хозяйственную деятельность ООО ТД «Премьер»;
- оценить уровень оснащенности производства строительных и отделочных материалов;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности и эффективности сбыта строительных материалов;
- оценить экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Информационной базой для работы стали нормативные и законодательные акты в области предпринимательства, материалы служб федеральной и региональной статистики, данные исследований в области менеджмента, бухгалтерская и финансовая отчетность предприятия за 2014-2017 гг., внутренняя информация.

Основными методами исследования являются: системно – структурный, причинно – следственный, сравнительный, факторный, функциональный и статистический анализ, экспертные оценки и наблюдения, экономическая интерпретация полученных результатов и др.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования выводов и рекомендаций работы в качестве теоретической основы эффективного управления розничной торговлей на уровне предприятия.

1 Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в РФ и Республике Хакасия

1.1 Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в РФ

Для выявления путей развития рынка строительных и отделочных материалов, прежде всего, необходимо определить его товарные границы, разобрать основные виды услуг в данном направлении, выявить участников рынка и его структуру, дать описание его состоянию и актуальные проблемы развития.

Материалы, которые используются при строительстве и отделке зданий, можно условно разделить на три типа:

- строительные материалы (цемент, кирпич, теплоизоляционные материалы и т.п.);
- отделочные материалы (штукатурные смеси, напольные покрытия, разные виды плиток и т.п.);
- лакокрасочные материалы.

Главной отличительной чертой рынка строительных и отделочных материалов является его прямая зависимость от рынка строительства. Меры государственного стимулирования строительства новых объектов, специфика реализации новых строительных объектов без какой-либо отделки формируют практически нескончаемый спрос на услуги по ремонту и отделке помещений. Во многом именно состояние рынка строительства зданий жилого и нежилого назначения и стимулируют расширение объемов ремонтных и отделочных работ [65].

Таблица 1 – Ввод в действие зданий жилого и нежилого назначения в РФ за 2014 – 2017 гг. [75]

Показатель	2014	2015	2016	2017	Темп роста, %
Количество введенных зданий - всего, тыс.руб.	304,2	306,4	278,3	272,6	-10,4%
в том числе:					
жилого назначения	283,0	286,1	259,5	253,8	-10,3%
нежилого назначения	21,2	20,3	18,8	18,8	-11,3%
Общая площадь зданий - всего, млн. м. кв	138,6	139,4	135,8	137,3	-0,9%
в том числе:					
жилого назначения	104,4	106,2	103,4	104,6	0,2%
нежилого назначения	34,2	33,2	32,4	32,7	-4,4%

На рисунке 1 представлена динамика ввода в действие зданий жилого и нежилого назначения.

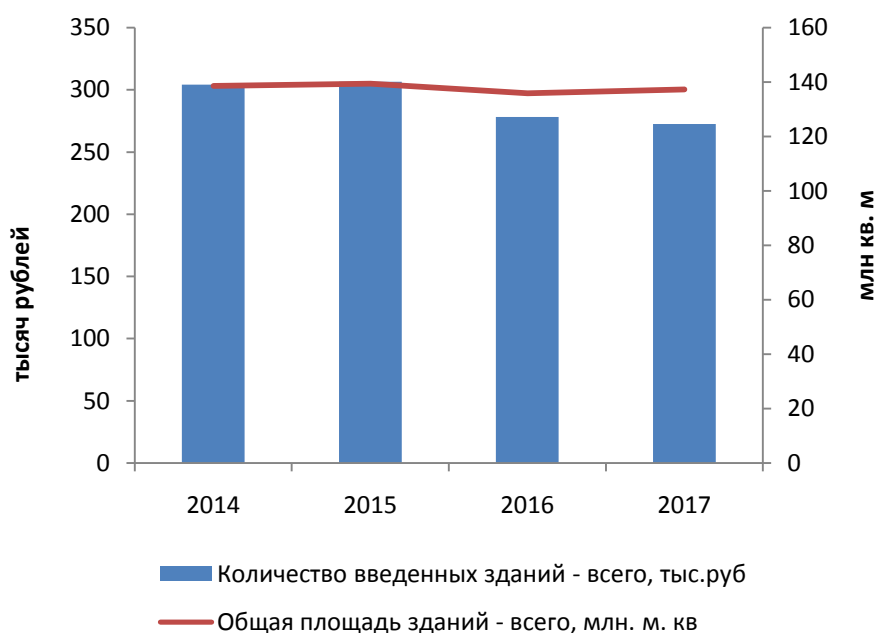


Рисунок 1 – Ввод в действие зданий жилого и нежилого назначения в РФ за 2014-2017 гг., тыс. руб

Как видно на рисунке 1 количество введенных зданий с 2014 года снизилось на 10%, а общая площадь зданий снизилась на 1%. Темп роста введенных зданий жилого назначения с 2014 года снизился на 10,3%, но при этом общая площадь зданий жилого назначения увеличилась на 0,2%. Это

может значить, что зданий стали строить меньше, но с большей площадью. Здания нежилого назначения уменьшаются на 11,3% с 2014 года, и их общая площадь тоже стала меньше на 4,4%.

Структура общей площади вводимых зданий приведена на рисунке 2. Как мы видим, основная доля вводимой площади приходится на жилые помещения и составляет в 2014 году 75%, а в 2017 году повысилась всего на 1% [75].

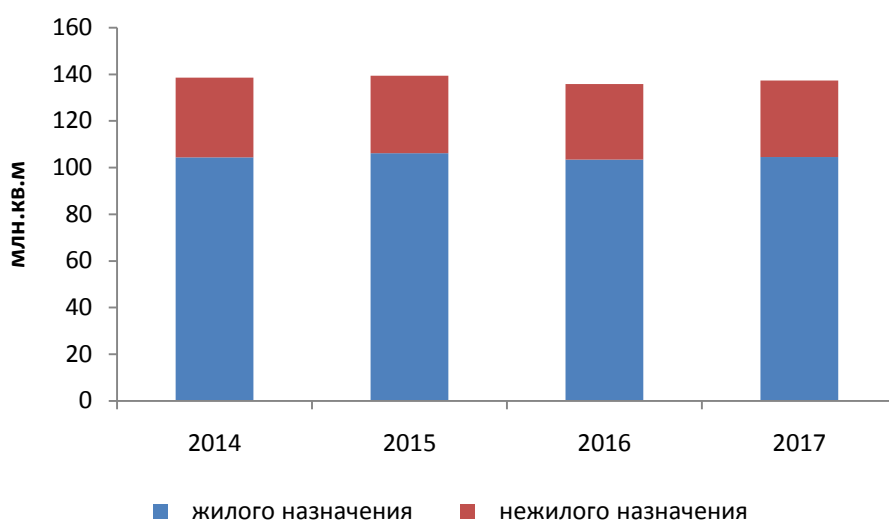


Рисунок 2 – Структура общей площади вводимых зданий в РФ за 2014-2017

гг., млн. кв. м

Одной из наиболее актуальных проблем рынка ремонтно-строительных услуг в России сегодня остаются недостаточные объемы капитального ремонта жилищного фонда.

Таблица 2 – Ветхий и аварийный жилищный фонд в РФ за 2015-2017 гг. [75]

	2015	2016	2017
Весь ветхий и аварийный жилищный фонд, тыс.м кв.	93909,2	93327,9	88043,1
в том числе			
Ветхий	70080,5	69524,2	68418,1
Аварийный	23828,7	23803,7	19625,0
Удельный вес ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда, %	2,8	2,7	2,5

Объемы капитального ремонта жилья составляют в среднем за год 0,3% от объема жилищного фонда, тогда как среднегодовой норматив в этом секторе (минимум 4 %). При существующих темпах реконструкции и ремонта жилищного фонда его износ в ближайшие годы в среднем по России превысит 60 %. Общая площадь ветхого и аварийного жилищного фонда в РФ достигает 88 миллионов квадратных метров [75].

Характерной особенностью российского рынка строительных материалов многие эксперты считают ярко выраженную сезонность: спрос увеличивается весной-летом и снижается в период осень-зима. Для отделочных и лакокрасочных материалов также характерна такая специфика, однако она проявляется в менее выраженной форме. Такую особенность эксперты связывают со стремлением потребителей завершить строительство и ремонт до наступления морозов, так как стоимость строительства в это время в связи с погодными условиями увеличивается в разы.

Рынок ремонтно-строительных услуг в России привлекателен для инвесторов. На сегодняшний день на рынке функционирует множество крупных и мелких компаний, которые обеспечивают выполнение строительно-отделочных работ. Оказывать услуги по ремонту и отделке может практически каждый, имеющий соответствующий знания и опыт. Отсутствие уникального продукта, отличающегося от других товаров, большое количество фирм, производящих однородную продукцию, слабое влияние со стороны фирмы на цены приводит к высокой конкуренции между субъектами. При этом барьеры входа на рынок достаточно низки или практически отсутствуют: низкий ценовой порог вхождения на рынок, отсутствие сложностей с юридической точки зрения.

Таблица 3 – Количество активных и «умерших» предприятий показатели предприятий по виду деятельности «Строительство» в 2017 г., тыс. шт. [75]

Показатели	Активные предприятия	«Умершие» предприятия
Всего	474447	63487
В том числе		
Родившиеся	58030	-
Однолетние	60087	1716
Двухлетние	50846	6062

Окончание таблицы 3

Показатели	Активные предприятия	«Умершие» предприятия
Трехлетние	44601	5738
Четырехлетние	36930	5630
Пятилетние	30310	5239

На рисунке 3 представлены демографические показатели активных и умерших предприятий.

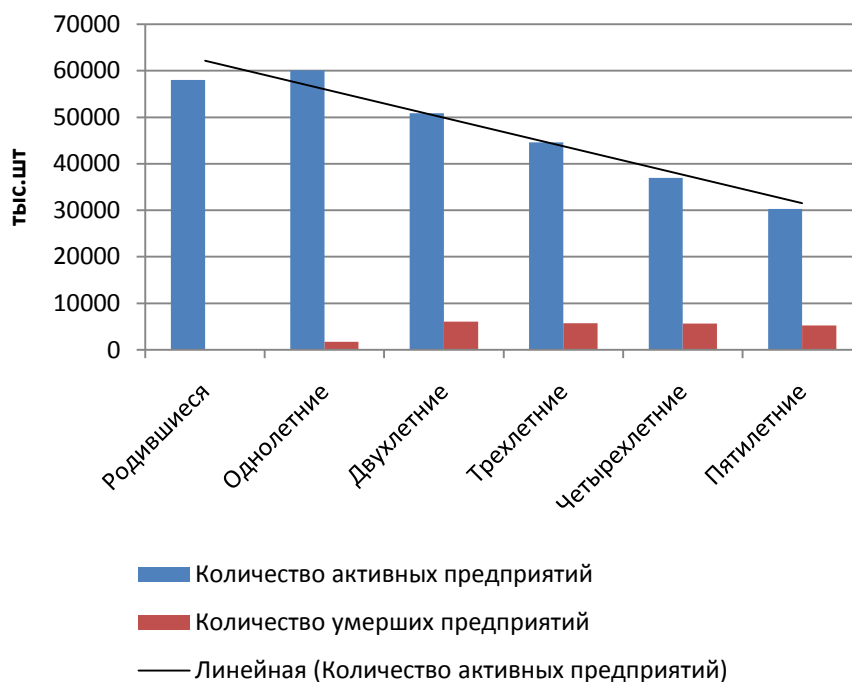


Рисунок 3 – Демографические показатели предприятий в РФ по виду деятельности «Строительство» за 2017г., тыс.шт.

Из рисунка видно, что предприятия, которые доживают до пятилетнего срока, сокращаются на 52% по сравнению с родившимися предприятиями. Это говорит о том, что предприятиям тяжело выживать в условиях быстро меняющейся ситуации, жесткой конкурентной борьбы, риска и неопределенности. Самая большая концентрация предприятий на уровне одного года существования, то есть чаще всего создают временный бизнес, который приносит прибыль в течении одного года, но в условиях конкурентной борьбы они вынуждены выйти с рынка.

На рисунке 4 представлены данные о демографии организаций в разрезе видов деятельности за 2017 год [75].

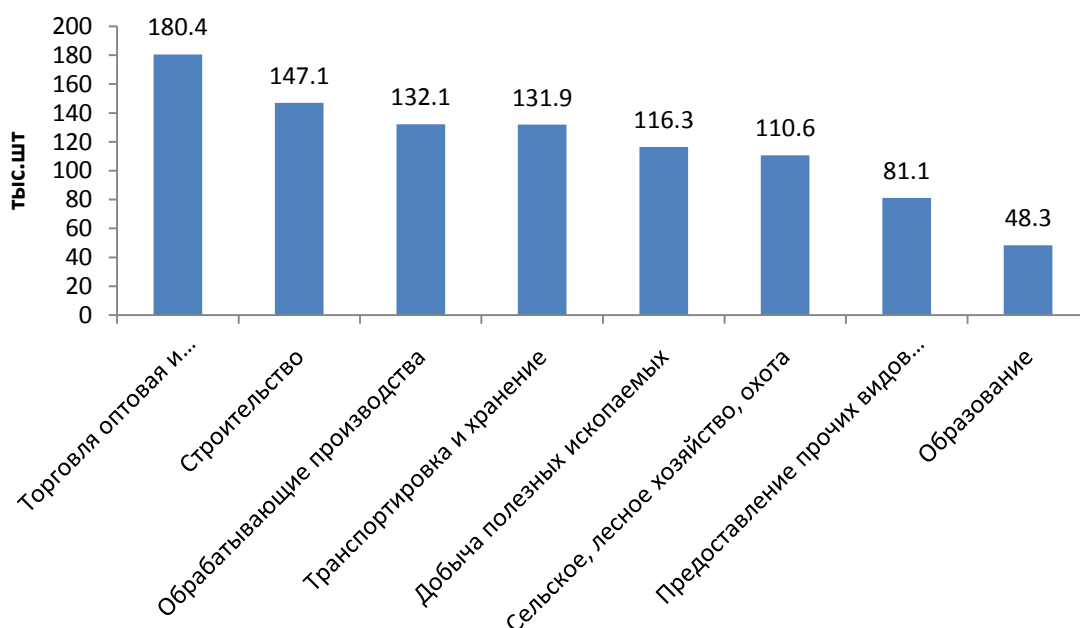


Рисунок 4 – Данные о демографии организаций в разрезе видов деятельности в целом по РФ за 2017 г., тыс.шт.

Из рисунка можно делать вывод, что вид деятельности «Строительство» занимает второе место по созданию организаций и это значит, рынок динамично обновляется и увеличивается число заказов на ремонтно-отделочные работы.

Основными потребителями строительных и отделочных материалов являются крупные строительные компании – на их долю приходится более 60% потребления, на долю же частных потребителей и строительно-ремонтных бригад приходится около 30%-40%. При этом более 80% потребления строительных материалов приходится на долю жилищного строительства.

В декабре 2014 г. розничные торговые сети формировали в среднем по Российской Федерации 20,5% общего объема оборота розничной торговли (в декабре 2013 г. - 20,2%). В обороте розничной торговли пищевыми

продуктами, включая напитки, и табачными изделиями удельный вес оборота торговых сетей составил 23,8% (в декабре 2012 г. - 23,3%).

В 35 субъектах Российской Федерации доля сетевых торговых структур в общем объеме оборота розничной торговли превышала среднероссийский уровень. В то же время в 15 субъектах Российской Федерации сетевые структуры в декабре 2014 г. обеспечивали менее 10% общего объема оборота розничной торговли. Аналогичный показатель по Москве составил 18,8%, Санкт-Петербургу - 56,1%.

С начала 2014 г. рынок продаж строительных материалов вырос на 30-35% по данным экспертов электронного издания «Деловой квартал Красноярск» [74]. Эта тенденция сохранилась и в 2015 году, рост стал еще большим - до 40%. Увеличение рынка происходит в основном за счет розничного сегмента. На время кризиса ремонт как не первоочередная задача был отложен до лучших времен. Сейчас кризисные явления в прошлом и отложенный спрос возвращается на рынок строительных материалов. Еще одна тенденция - рост потребительского интереса к товарам высокого ценового сегмента.

Минрегионразвития разработало стратегию, согласно которой будет и дальше развиваться рынок отечественных строительных материалов. План развития написан вплоть до 2020 года. Стратегия включает в себя анализ развития рынка цемента, щебня, песка и т.п.

Согласно исследованиям экспертов в российский рынок строительных материалов нужно вложить не менее 1,588 трлн. рублей. Этой суммы будет достаточно, чтобы улучшить ситуацию после кризиса. К тому же не секрет, что пока любая иностранная продукция, будь то мойка высокого давления Керхер или плитка для ванны, все же считается качественнее российских аналогов. Чиновники хотели бы изменить эту ситуацию, тем более что покупка отечественных товаров напрямую способствует улучшению экономической ситуации в стране.

В министерстве рассчитывают на то, что после кризиса нужно будет строить не менее 141 млн. квадратных метров жилых квартир и домов в год. Чтобы спрос на технику, оборудование, инструменты и, конечно же, строительные материалы российского производства улучшился, нужно создать для этого все условия [79].

Данные статистики свидетельствуют о том, что примерно через 5 лет потребность предприятий в цементе вырастет до 97,8 млн. тонн в год. При этом песка и щебня нужно будет еще больше, т.к. строительство будет развиваться. Возможно, к 2020 году потребность в таких материалах составит около 1,04 млн. кубометров в год [75].

Цены на строительные и отделочные материалы и их динамика обусловлены большим количеством разных факторов.

Цены на жилье в большой степени определяются ценами на строительные и отделочные материалы. В структуре затрат на строительные работы доля материальных затрат составляет по данным на 2015 год 58,3%, а за 2017 год составила 56,2%. Доля прочих затрат по сравнению с 2015 годом в 2017 выросла на 5%.

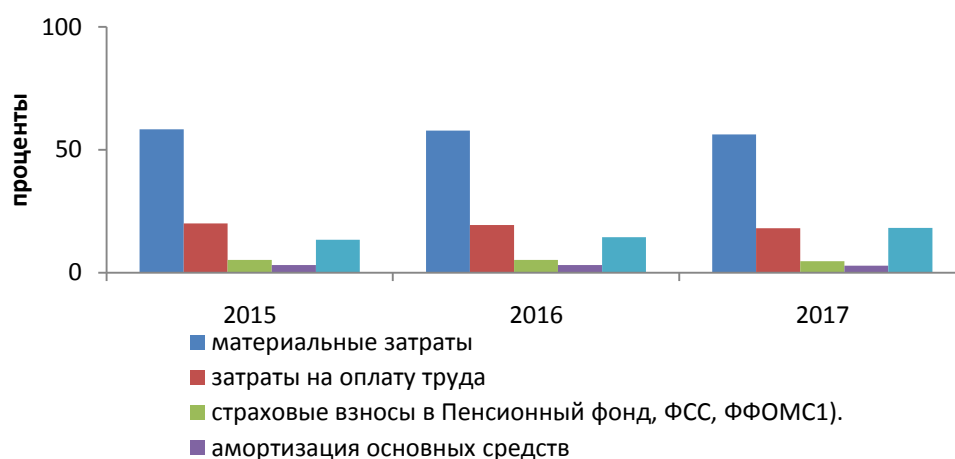


Рисунок 5 – Структура затрат на производство строительных работ в РФ за 2015-2017 гг., проценты

На рисунке 6 показаны средние цены на рынке жилья в РФ [75].

Цена на жилье в период с 2012 года выросла на 15%. Элитное жилье с каждым годом становится более популярным, люди предпочитают комфорт и качество и именно поэтому цены на жилье в элитных квартирах выросли в период с 2012 по 2017 года на 52%.



Рисунок 6 – Средние цены на первичном рынке жилья по Российской Федерации за 2012-2017 гг., руб. на 1 кв. м общей площади

Важной особенностью рынка является зависимость от импорта и, следовательно, от курса валют.

Переход на импортозамещение строительных материалов в России может привести к снижению их стоимости на 10-20%. Впрочем, это произойдет не в ближайшей перспективе, а лет через 5-10, и только если импортные и отечественные производители смогут наладить необходимые производства на территории РФ.

Объем импортных материалов, которые используют строители, постепенно снижается. «Это связано с тем, что изначально в бюджет была заложена стоимость материалов по старому курсу рубля, а в связи с валютными колебаниями прослеживается удорожание в среднем на 40%, что заставляет вносить соответствующие корректировки в проекты», — говорит начальник отдела управления строительством ГК «Спектрум» Аслан Байзулаев.

Однако о полном импортозамещении пока говорить слишком рано. Как рассказал партнер девелоперской компании «Химки Групп» Дмитрий Котровский, в сегменте эконом-класса импортных материалов и компонентов не более 20% на всех этапах строительства, в бизнес-классе на этапе строительства доля импорта не более 30%, на этапе отделки — достигает 50-60%.

В сегменте элитного жилья на этапе отделки доля импорта может достигать 90%, отмечает Котровский. Такой большой объем импортных стройматериалов при возведении дорогого жилья объясняется тем, что именно использование зарубежной продукции позволяет застройщикам позиционировать жилье в более высоком ценовом сегменте. Чаще всего девелоперы используют лифтовое оборудование иностранного производства и импортные инженерные системы.

Отечественные производители за последние годы существенно подтянули качество продукции, но по некоторым западным образцам до сих пор нет достойной альтернативы, говорит гендиректор Tekta Group Дмитрий Коновалов. В первую очередь, по его словам, речь идет о материалах, необходимых для проведения фасадных работ и оборудовании для прокладки инженерных сетей.

Полностью заменить качественные материалы, которые поставляются из других стран, пока невозможно, говорят эксперты. «Лишь 15% отделочных материалов и инженерно-технического оборудования поставляется странами Таможенного союза, остальное — Европа и Китай», — отмечает гендиректор компании «Региондевелопмент» Ольга Вальчук. При этом, добавляет она, в импортозамещении ряда стройматериалов — стекла, цемента и железобетонных конструкций — российские производители вполне преуспевают.

Более того, по словам управляющего партнера консалтинговой компании «СМПРО» Владимира Гузя, на горизонте до 2020 года в России ожидается большой профицит цементных мощностей.

Чтобы потребители почувствовали нехватку цемента к 2020 году, ежегодный рост потребления должен составлять не менее 10%, продолжает собеседник агентства. На деле этот показатель сокращается. Так, за четыре месяца этого года спрос уменьшился на 11%, констатирует Гузь [80].

Увеличение стоимости строительных материалов потребители могут наблюдать ежегодно в период начала строительного сезона. На протяжении прошлого года цена на эти товары не превышала имеющихся показателей инфляции. Очень сильно интересуется вопрос о стоимости строительных материалов на протяжении 2017 года тех строительных организаций, которые получили контракты по строительству жилых помещений на протяжении этого года. Это связано с тем, что стоимость каждого контракта оговаривалась заранее. В том случае если стоимость необходимых для проведения строительства материалов на протяжении будущего года увеличится, строительство станет нерентабельным. Но до того момента пока не прекратиться инфляция на территории нашей страны строительные материалы постепенно будут увеличиваться в стоимости.

Также будет увеличена стоимость энергоносителей. На протяжении 2017 года также будет наблюдаться значительное увеличение себестоимости такой продукции. Остановить возрастание стоимости на стройматериалы возможно будет только в том, случае если технологический процесс будет максимально оптимизирован. Но предприятия не смогут на протяжении длительного времени удерживать стоимость производимой продукции за счёт имеющихся резервов. На протяжении года стоимость стройматериалов практически не изменилась. В этот период времени, рынок был достаточно стабилен и на нём не производилось никаких катастрофических изменений. Оказать влияние на стоимость такого товара могут власти. Они имеют право их сдерживать и регулировать.

По мнению экспертов, строительные материалы на протяжении 2017 года увеличатся в своей стоимости в два раза. Одной из причин такой ситуации станет непосредственно падении курса российского рубля. Именно

благодаря ей многим предприятиям очень выгодно производить материалы для экспорта [80].

Таблица 4 – Средние цены приобретения строительных материалов, деталей и конструкций подрядными организациями в РФ с 2013 – 2017 гг., руб. на начало года

Виды материалов	2013	2014	2015	2016	2017
Гравий, за куб.м	880,64	1061,85	1121,02	1208,65	1029,51
Смесь песчано – гравийная, за куб.м	517,49	656	448,33	426,36	435,52
Щебень, куб.м	1022,83	1090,09	1006,42	1027,3	1040,2
Битум, т	14262,12	14783,6	14212,46	15065,68	13740,37
Краски, т	58629,74	55512,24	50780,1	53291,72	60103,96
Мастики, т	71240,92	74301,7	87835,67	72663,35	104289,99
Трубы из полиэтилена, за м	359,64	364,87	269,23	245,73	338,8
Окна и их коробки, подоконники, за кв.м	3229,44	3376,27	3418,31	3490,4	3468,18
Двери и их коробки, за кв.м	3907,66	4674,33	4948,53	5057,51	4465,3
Стекло листовое литое, кв.м	260,67	250,03	234,32	221,24	231,53
Умывальники из санфаянса, компл.	905,77	923,91	907,16	1048,42	1237,26
Плитки керамические для внутренней облицовки стен, кв.м	249,98	283,14	290,89	286,06	301,96
Кирпич керамический неогнеупорный строительный, тыс.усл.кирп	7847,63	8999,63	9684,02	10252,76	10031,5
Цемент, т	3879,88	3870,35	3855,13	3969,52	3813,63
Сваи железобетонные, за куб.м	10996,43	9688,95	10437,06	10516,87	10971,47
Бетон готовый, куб.м	3991,15	4110,79	4135,09	4081,61	4091,71
Растворы строительные, куб.м	3410,55	3422,25	3383,56	3590,28	3294,91
Рубероид, кв.м	27,2	36,29	39,01	29,83	52,77
Ванны, компл	5430,82	5353,24	5684,37	6172,72	7805,14

Окончание таблицы 4

Виды материалов	2013	2014	2015	2016	2017
Проводка, км	13530,04	13270,79	11600,82	9266,03	16060,86
Кабели, км	32806,25	29729,72	34894,98	35698,99	35032,16
Светильники и устройства осветительные, шт	769,53	709,95	575,16	582,23	829,69
Линолеум, кв.м	284,64	309,69	307,52	336,84	347,24

Необходимо выделить основные тенденции на строительном рынке России:

- на данный момент в России наблюдается снижение реальных доходов населения (оценка падения на конец 2016 г. составляет 5,6%), и на фоне этого спрос на первичном рынке жилой недвижимости продолжает оставаться сравнительно слабым.

На рисунке 7 представлена динамика среднедушевых денежных доходов населения [75].

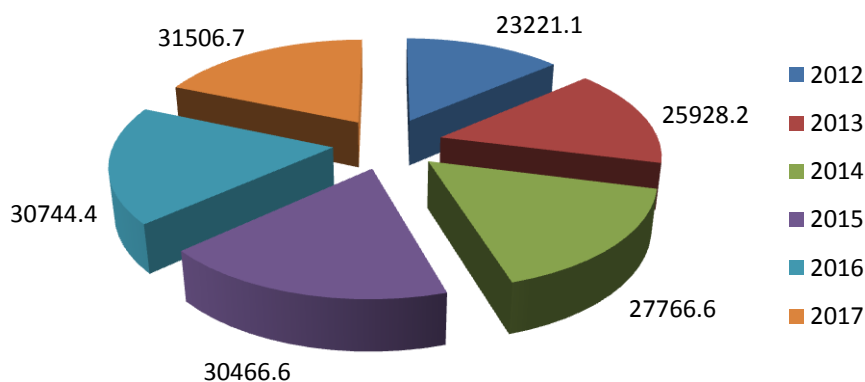


Рисунок 7 – Среднедушевые денежные доходы населения в Российской Федерации в период с 2012 по 2017 г.,руб.

Государственное субсидирование позволило предотвратить значительное падение рынка. По предварительным оценкам, ввод жилой недвижимости сократился на 9% в 2016 г., но вернется к росту уже в 2017 г.

На рынке коммерческой недвижимости в 2016 г. спад ввода оценивается в 20%, а возврат к росту ожидается не ранее 2019 г. Низкие темпы восстановления рынка объясняются в первую очередь существенно снизившейся покупательной способностью населения и упавшим уровнем деловой активности;

- несмотря на девальвацию рубля (рубль снизился на 30% к доллару и на 17% к евро в 2015 г.) и рост стоимости импортных строительных материалов (на 42% в 2015 г.), компании смогли предотвратить резкий рост себестоимости строительства за счет импортозамещения и работы над издержками. А также за счет применения новых технологий, таких как BIM и автоматизированные системы управления проектами. В сегменте жилой недвижимости московского региона бизнес- и элитного класса себестоимость квадратного метра практически не изменилась в 2014–2016 гг., в сегменте эконом- и комфорт-класса она выросла на 8%, а в сегменте коммерческой недвижимости класса А увеличилась на 30%. Разница в тенденциях обусловлена более высокой долей импортных материалов в строительстве коммерческой недвижимости класса А в сравнении с жилой недвижимостью;

- в 2015 г. строительные компании снизили на 14% закупку импортных строительных материалов, в 2016 и 2017 годах тенденция импортозамещения продолжилась, несмотря на укрепление рубля, но гораздо более низкими темпами. Несмотря на то, что общий объем производства строительных материалов сократился на 7,8% в 2015 г., а оценка снижения по итогам 2016 г. составляет еще 8–11%, производители строительных материалов и оборудования модернизировали свои производства и стали предлагать новые для российского рынка высокотехнологичные материалы, способные заменить импортные аналоги;

- более эффективное использование сырья и материалов, а также оптимизация входящей логистики являются основными методами сокращения расходов, в то время как сокращение персонала почти не

проводилось для этой цели. Тем не менее, для обеспечения конкурентоспособности в среднесрочной перспективе строительным компаниям будет необходимо искать новые стратегические возможности диверсификации бизнеса или обеспечить тотальное сокращение затрат;

- компании успешно внедряют в свою практику инновационные технологии, преимущественно информационные, для оптимизации бизнес-процессов как на стадии проектирования, так и в целях контроля строительных работ. Переход на более технологичные и современные материалы позволяет компаниям строить более экологичные и энергоэффективные здания, что повышает интерес к проекту и позволяет оптимизировать затраты в долгосрочной перспективе [52].

Для обеспечения надежных источников дохода и долгосрочных клиентов многие строительно-ремонтные компании стараются занять узкие сегменты рынка, такие как работы по субподрядам, элитный ремонт квартир и загородных домов.

Имеющиеся проблемы развития рынка строительных и отделочных материалов позволили спрогнозировать его дальнейшее развитие, а также определить перспективные тенденции и наметить пути решения проблем. Основных тенденций в сегменте потребителей на рынке ремонтных услуг можно выделить:

- с ростом доходов люди при проведении ремонтных работ используют больше качественных материалов для отделки, что ведет к увеличению стоимости ремонта (чаще обращаются за услугами по ремонту к помощи третьих лиц, а не проводят его сами);
- все большее внимание уделяется качеству услуг и уровню надежности материалов [52].

Это ведет к отказу от гастарбайтеров в пользу фирм, которые имеют хорошую репутацию на рынке и предоставляют гарантии на проведенные ремонтные работы и качество материалов и оборудования. В то же время для

поставщиков услуг на рынке строительных и отделочных материалов характерны новые схемы поиска клиентов.

Одним из таких примеров служит сотрудничество строительно-ремонтных компаний с продавцами строительных материалов. При покупке строительных материалов для ремонта покупателю выдается сертификат или скидка на выполнение работ по монтажу и укладке приобретаемых материалов. Очевидная выгода для всех участников сделки. Продавец строительных материалов может не формировать в своем штате строительно-ремонтную бригаду, а создать специализированную сервис-службу, оказывающую консультативные услуги по подбору материалов, составлении смет, оформлении договора-подряда. Сами же работы выполняет сторонняя подрядная организация. Денежные средства, получаемые продавцом от исполнителя работ, покрывают затраты на содержание сервис-центра. Сам же сервис центр выполняет функции по привлечению клиентов и формированию позитивного образа фирмы [6].

Главным приоритетом в развитии данного направления рынка является простота и открытость информации для потребителя. При этом информация должна содержать не только расценки на типовые работы, но и отзывы клиентов о результатах работы. Такого рода агрегирующим ресурсом может стать интернет-портал, построенный по принципу сайта государственных закупок, но ориентированный не на бюджетные организации, а на частных клиентов, заинтересованных в адекватном соотношении цены и качества получаемых услуг.

1.2 Анализ текущего положения и перспектив развития рынка строительных и отделочных материалов в Республике Хакасия

Строительная отрасль — без ложной скромности, один из катализаторов роста экономики Хакасии. Вкладывать деньги в недвижимость, особенно в столь нестабильные времена — залог сохранности

сбережений. Уже не первый год строительный сектор Хакасии показывает динамичный и стабильный прирост, причем цифры очень внушительные и по рынку жилья, и по объектам социальной сферы.

По данным Минрегионразвития Хакасии, только за январь – июль текущего года рост объемов ввода жилья составил 155,5 процентов к аналогичному периоду прошлого года. Достижение, безусловно, высокое.

В таблице 5 представлены данные по вводу в действие общей площади жилых домов на 1000 человек населения.

Таблица 5 – Введено в действие общей площади жилых домов в РХ, СФО и РФ на 1000 человек населения за 2012-2017 гг., кв.м [75]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Российская Федерация	409	436	459	491	573	583
Сибирский федеральный округ	343	373	386	414	460	485
Республика Хакасия	264	293	326	380	490	562

На рисунке 8 представлена динамика ввода в действие жилых домов.

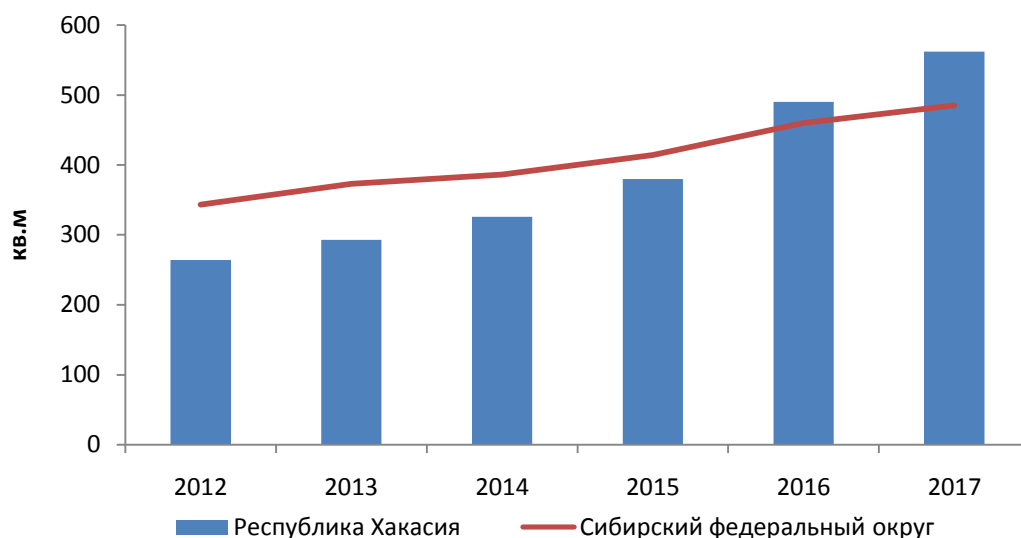


Рисунок 8 – Динамика введенных в действие общей площади жилых домов на 1000 человек населения по СФО и Республике Хакасия за 2012-2017 гг., кв.м

Из рисунка видно, что в целом по Хакасии введенные в действие жилые дома превышают уровень по СФО в 2016 и 2017 годах.

Мы видим, как меняется регион, как воплощаются уникальные проекты: современные школы, детские сады, лечебные учреждения, жилые комплексы, индивидуальные проекты для комфортного жилья. Жители Хакасии и других регионов России доверяют строителям Хакасии, вкладывая средства в долевое строительство. Это доверие выливается в сухую статистику, однозначно показывающую, что темпы ввода жилья растут, и растут значительно – только за первое полугодие 2014 года введено 59 тысяч 569 квадратных метров, это 155,5% по отношению к 2013 году, - комментирует министр регионального развития Хакасии Сергей Новиков.

2013 год стал для строительной сферы самым успешным за последние двадцать лет – Хакасия стала лидером по динамике ввода жилья в Сибирском федеральном округе по итогам 2013 года. В минувшем году республика ввела в эксплуатацию 201,3 тысяч квадратных метров жилья.

В таблице 6 представлены данные о строительстве жилых домов в январе-апреле 2018 года.

Таблица 6 – Строительство жилых домов в январе-апреле 2018 г. в РХ, тыс.кв.м [75]

Субъект	Введено, тыс кв м общей площади жилых помещений			Из общего объема - введено населением, тыс кв м общей площади жилых помещений	
	за период с начала года	в том числе за апрель	в % к соответствующему периоду прошлого года	за период с начала года	в % к соответствующему периоду прошлого года
Российская Федерация	20215,0	4492,1	116,7	10696,1	154,7
Сибирский федеральный округ	1829,6	404,1	115,0	1097,5	186,7
Республика Хакасия	70,9	15,0	253,1	48,5	399,2

Казалось бы, это сухие цифры. Но за каждой из них в прямом смысле слова чья-то жизнь, семейный очаг, уют. В последнее время специалисты отмечают, что в Хакасии все популярнее становится участие в долевом

строительство. В Управлении Росреестра по Хакасии с начала года было зарегистрировано 925 договоров участия в долевом строительстве, тогда как за аналогичный период 2016 года их количество составляло 646. Очевидно, что показатель вырос немало, на целых 43 процента. Впрочем, хорошим фундаментом для роста стали и поправки в закон, защищающие права дольщиков.

Согласно нововведениям, с 1 января 2014 года застройщик обязан за свой счет провести страхование гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение им обязательств по передаче жилого помещения дольщику либо получить договор поручительства банка. Без одного из этих документов застройщик не сможет зарегистрировать договор об участии в долевом строительстве в органах Росреестра, - пояснили смысл новшеств в Управлении Росреестра по Хакасии. Договор страхования считается заключенным со дня государственной регистрации договора участия в долевом строительстве и действует до предусмотренного этим договором срока передачи застройщиком жилого помещения участнику долевого строительства.

Актуальной проблемой рынка ремонтно-строительных работ является недостаточные объемы капитального ремонта жилищного фонда в Республике Хакасия.

Всего в текущем году запланировано капитально отремонтировать 223 многоквартирных дома. Стоит отметить, что на текущую дату строители уже завершили работы на 115 объектах.

Таким образом, программа 2017 года выполнена на 50%. Коррективы в работу вносит погода: из-за дождей останавливаются кровельные и фасадные работы. Август обещает быть влажным. В таких условиях темпы приходится наращивать.

До конца года подрядчикам необходимо провести 232 вида работ, отремонтировать более сотни кровель, более 70 фасадов и инженерные сети в 60 домах.

Данные об аварийном жилищном фонде представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Удельный вес площади аварийного жилищного фонда к общей площади жилищного фонда в РХ,СФО и РФ за 2013-2017 гг., процентов [75]

Субъект	2013	2014	2015	2016	2017
Российская Федерация	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7
Сибирский федеральный округ	1	1	1	1	0,9
Республика Хакасия	0,5	0,4	0,5	0,4	0,5

Закон Республики Хакасия № 39-ЗРХ от 12.05.2016 ««О мерах социальной поддержки граждан, достигших возраста 70 и 80 лет, в виде компенсации расходов на уплату взноса на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирном доме» устанавливает компенсацию в размере 50% одиноко проживающим неработающим собственникам, достигшим возраста 70 лет.

Кроме того, если владельцу жилья исполнилось 80 лет (при этом он не является получателем компенсации за счёт средств федерального бюджета), то он полностью освобождается от уплаты взноса на капремонт. Вместе с тем, специалисты обращают внимание собственников, которые имеют право на льготы: платёж за капитальный ремонт вносится собственником ежемесячно и в полном объёме. Только после этого необходимо обратиться в Управление социальной поддержки населения по месту жительства для начисления субсидии.

Развитие стройиндустрии и промышленности строительных материалов является существенным фактором развития экономики, строительного комплекса и социальной сферы Республики Хакасия.

Промышленность строительных материалов является сферой производства, которая определяет потенциал строительной отрасли в целом.

Высокая степень износа материально-технической базы, моральный и физический износ основных фондов препятствуют росту количества и качества производимой продукции, что требует коренной модернизации для преодоления технической и технологической отсталости для производства конкурентоспособной продукции.

В настоящее время в Республике Хакасия осуществляют свою деятельность 98 предприятий по производству строительных материалов [75].

Основные производственные мощности промышленности стройматериалов расположены в городах республики Абакане, Саяногорске, Черногорске.

В 2017 году на предприятиях строительной индустрии республики было занято 17145 человек, что на 6,5% меньше уровня 2013 года. Среднемесячная заработная плата за период с 2012 по 2017 год увеличилась в 1,5 раза и составила 34 347 рубля [75].

Развитие строительной индустрии в значительной степени зависит от состояния инвестиционной деятельности предприятий. Недостаток финансовых средств является основной причиной ограничения инвестиций как в развитие производства в целом, так и в оборудование.

Таблица 8 - Средняя стоимость строительства 1 кв. метра общей площади жилых помещений во введенных в эксплуатацию жилых домах квартирного типа без пристроек, надстроек и встроенных помещений и без жилых домов, построенных населением в РХ, СФО и РФ в январе-марте 2018 г., руб.

Субъект	Всего	В том числе	
		в сельской местности	в городах и поселках городского типа
Российская Федерация	41772	35106	42387
Сибирский федеральный округ	42775	35713	42969
Республика Хакасия	40795	22937	42293

Развитие жилищного и промышленного строительства в республике повлияло на рост объемов производства основных видов строительных материалов, таких, как металлопластиковые окна и двери, смесь бетонная, пиломатериалы, конструкции и изделия сборные железобетонные и др. Строительный комплекс Хакасии обеспечен мощностями по производству этих видов продукции.

Продукция других видов строительных материалов в большинстве случаев не удовлетворяет потребностям строительной отрасли по объему, номенклатуре и качеству продукции. На предприятиях, выпускающих традиционные материалы, производственные технологические линии в большинстве случаев изношены.

В таблице 9 представлены объемы работ, выполненных по виду деятельности «Строительство» за период 2012 – 2017 [75].

Таблица 9 – Объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство» организациями различных форм собственности (в фактически действовавших ценах; млн. руб.)

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство»	5714,1	6019,5	6125,2	7010,4	7204,2	7545,9

Для наглядности данных приведем диаграмму, которая представлена на рисунке 9.

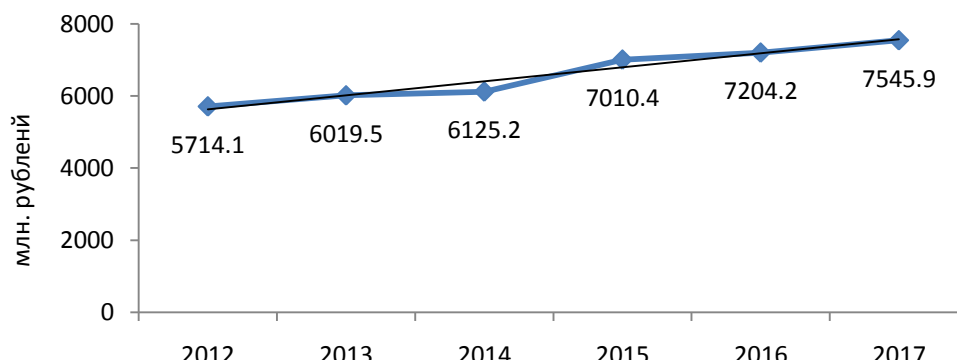


Рисунок 9 – Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство» за 2012 – 2017 гг., млн. руб.

Анализ состояния промышленности строительных материалов Республики Хакасия показывает, что разрыв производственно-экономических связей, резкое сужение внутреннего рынка и снижение потребительского спроса, многократное уменьшение инвестиций в

капитальное строительство, повышение цен на энергоресурсы и услуги привели к экономическому спаду, банкротству и ликвидации многих предприятий отрасли.

Промышленность строительных материалов Республики Хакасия в настоящее время не в полной мере удовлетворяет потребности строительного производства. И именно поэтому правительство Республики Хакасия приняли в исполнение программу «Развитие предприятий промышленности строительных материалов Республики Хакасия на 2011 - 2015 годы и период до 2020 года».

Разработка Программы направлена на решение основной проблемы - высокой степени изношенности производственной базы предприятий промышленности строительных материалов. По причине сильного износа оборудования отдельные организации резко снизили объемы производства стройматериалов. В связи с увеличением объемов строительства, возрастающими требованиями заказчиков, необходимостью применения современных материалов, инновационных технологий в строительстве зданий и сооружений, а также устранения дефицита определенных видов материалов перед промышленностью строительных материалов Республики Хакасия встают задачи по выработке направлений комплексного решения вопросов их развития, повышению технического и технологического уровня производства, по расширению ассортимента, улучшению качества, снижению себестоимости выпускаемой продукции, разработке новых схем сбыта [2].

Программа призвана способствовать:

- модернизации оборудования на действующих предприятиях и обеспечению строительства новых;
- снижению себестоимости строительных материалов, выпускаемых предприятиями Республики Хакасия;
- увеличению количества используемых передовых производственных технологий при производстве строительных материалов;

- повышению конкурентоспособности выпускаемых строительных материалов как на внутреннем рынке Республики Хакасия, так и в масштабе Сибирского федерального округа;
- достижению обеспечения основными видами продукции промышленности строительных материалов до 70 - 80% от объема потребности строительства;
- расширению ассортимента эффективных и экологически чистых строительных материалов;
- созданию новых рабочих мест и повышению занятости населения;
- увеличению реальных поступлений налогов в бюджет Республики Хакасия за счет создания новых предприятий [2].

Современные требования к качеству строительства промышленных и гражданских зданий и сооружений определяют применение новых и эффективных строительных материалов, соответствующих мировым стандартам.

Оценка текущего состояния и прогноз объемов производства и потребления основных строительных материалов на территории Республики Хакасия приведены в приложении А.

В таблице 10 представлена оценка текущего положения и прогноз объемов производства основных строительных материалов на территории Республики Хакасия за 2016 – 2020 гг. [75].

Таблица 10 – Оценка текущего состояния и прогноз объемов производства и потребления основных строительных материалов на территории Республики Хакасия

Наименование показателя	Прогноз				
	2016	2017	2018	2019	2020
Цемент, тыс.тонн					
Ввоз из других регионов (покупка)	96,2	97,7	99,1	100,6	102,1
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	96,2	97,7	99,1	100,6	102,1

Окончание таблицы 10

Наименование показателя	Прогноз				
	2016	2017	2018	2019	2020
Нерудные строительные материалы в целом (щебень, гравий, песок), тыс. м3					
Объем производства в регионе	1015	1030	1045	1061	1078
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	1015	1030	1045	1061	1078
Суммарные мощности региона (по балансу производственных мощностей предприятий)	1095	1095	1095	1095	1095
Материалы мягкие кровельные, тыс. м2					
Ввоз из других регионов (покупка)	4,9	5,0	5,1	5,2	5,2
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	4,9	5,0	5,1	5,2	5,2
Стекло листовое, тыс. м2 в натуральном исчислении					
Ввоз из других регионов (покупка)	76,0	77,2	78,4	79,6	80,0
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	76	77,2	78,4	79,6	80,0
Изделия теплоизоляционные на основе минерального волокна (стекла, базальта и др.), тыс.м3 в натуральном исчислении					
Ввоз из других регионов (покупка)	13,7	13,9	14,1	14,3	14,5
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	13,7	13,9	14,1	14,3	14,5
Металлочерепица и другие кровельные материалы, тыс. м2					
Ввоз из других регионов (покупка)	9,3	9,4	9,6	9,7	9,9
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	9,3	9,4	9,6	9,7	9,9
Листы асбестоцементные (шифер), млн. условных плиток					
Ввоз из других регионов (покупка)	43,6	44,2	44,9	45,6	46,3
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	43,6	44,2	44,9	45,6	46,3
Изделия теплоизоляционные на основе вспененных полимеров (пенополистирол и др.), тыс. м3					
Объем производства в регионе	7,0	7,1	7,3	7,4	7,6
Ввоз из других регионов (покупка)	5,8	5,9	5,9	6,0	6,1
Конструкции и детали сборные железобетонные, тыс. куб метр					
Объем производства в регионе	167,5	170,0	172,5	175,1	177,8
Вывоз в другие регионы(продажа)	2,5	2,0	2,7	3,1	3,0
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	165,0	168,0	169,8	172,0	174,8
Суммарные мощности региона	183,3	183,3	183,3	183,3	183,3

Отсутствие собственных производств по некоторым видам базовых строительных материалов (цемент, шифер) - проблема в большей степени инвестиционной направленности. Ситуация с размещением данных производств на территории Республики Хакасия разрешима, в частности, Республика Хакасия располагает достаточными земельными ресурсами для решения этой проблемы. Практически во всех муниципальных образованиях республики имеются строительные участки, пригодные для строительства новых предприятий промышленности строительных материалов.

Намерение увеличить долю малоэтажного жилья в Хакасии продиктовано стремлением правительства республики более существенными темпами решать жилищную проблему. Развивая именно этот сегмент регионального рынка, можно будет построить востребованное в республике жилье экономкласса.

Плановое проведение вышеуказанных мероприятий должно привести к комплексному обеспечению капитального строительства качественными, экологически чистыми, современными по дизайну строительными материалами и возведению объектов, отвечающих требованиям архитектурной выразительности и разнообразию, экономичной эксплуатации как производственных, так и жилых объектов и комфортности жизнедеятельности населения в них [7].

Внедрение новых технологий производства строительных материалов и строительных систем потребует обеспечения строительной отрасли квалифицированными специалистами.

Подготовка специалистов в республике для промышленности осуществляется в рамках реализации образовательных программ государственными образовательными учреждениями начального, среднего и высшего профессионального образования Республики Хакасия.

1.3 Позиционирование ООО ТД «Премьер» на рынке строительных и отделочных материалов Республики Хакасия

Позиционирование является ключевой компонентой бизнеса. От того, как позиционирована компания на рынке, в решающей степени зависит ее способность привлекать к себе клиентов. Позиционирование компании – действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей [5].

ТД «Премьер» - компания, которая на рынке уже 20 лет. Поэтому для компании важно стать заметной, отличимой от множества конкурентов, узнаваемой для потенциальных клиентов. Для этого был создан логотип компании, который делает компанию узнаваемой.

В позиционировании содержится огромный ресурс роста эффективности бизнеса. Компании, не имеющая выятных отличий от конкурентов, остается привлекать клиентов только низкой ценой, снижая маржу и теряя прибыль.

Такие компании вынуждены много работать, чтобы выживать в условиях ценовой конкуренции, постоянно балансируя на грани убытков.

Самая выгодная концепция позиционирования – быть первым в своем сегменте. Такая позиция помогает быстрее и дешевле проникнуть в сознание целевой аудитории и занять там устойчивую позицию. Даже, когда компания не является лидером в отрасли, она может быть лидером в своей нише.

На региональном рынке Республики Хакасия существуют десятки компаний с однотипным ассортиментом строительных материалов. Среди которых есть явные лидеры в данной отрасли, «середняки» и аутсайдеры.

На рынке Республики Хакасия у ТД «Премьер» есть главные конкуренты и ими являются «Джем», «Пилон» и ТД «Овалтун». Эти компании являются конкурентами, потому что они схожи по товару, который предоставляется в компании ТД «Премьер» и по предоставляемым

дополнительным и основным услугам. А также они являются самыми крупными предприятиями на рынке Республики Хакасия.

Компания «Джем» — образовалась в 1998 году. «Джем» специализируется на продаже товаров для строительства и ремонта оптом и в розницу. Продукция компании «Джем» — это товары ведущих мировых и отечественных производителей в широком ассортименте и по доступным ценам. Компания имеет торговые площади в разных частях города Абакана.

Компания «Пилон» основана в 1993 году и уже 24 года успешно работает на рынке Красноярского края и республики Хакасии, осуществляя оптовую и розничную торговлю строительными и отделочными материалами. Преимуществом компании является возможность полной комплектации строительных объектов с доставкой товара непосредственно до объекта. Ассортимент гипермаркета «Пилон» насчитывает 70 000 наименований. Чтобы быть ближе ко всем жителям города, компания организовала свои торговые площади в разных частях города Красноярска и Абакана.

ООО ТД «Овалтун» является официальным представителем по Республике Хакасия и Югу Красноярского края крупнейших производителя керамической плитки и керамического гранита «Kerama Marazzi». Данное сотрудничество позволяет предложить на выбор покупателя отделочные материалы от «Эконом» до «Элит» класса по ценам от производителя, а также постоянное обновление ассортимента.

Был проведен сравнительный анализ конкурентоспособности ООО ТД «Премьер» с компаниями «Джем», «Пилон», ТД «Овалтун», который представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Главные конкуренты ООО ТД «Премьер»

Критерии оценки	ТД «Премьер»	«Джем»	«Пилон»	ТД «Овалтун»
Товар	Большой выбор	Большой выбор	Большой выбор	Большой выбор
Цена	Выше среднерыночной	Среднерыночная	Ниже среднерыночной	Среднерыночная
Поставщики	Российские и зарубежные фирмы – производители	Российские и зарубежные фирмы – производители	Российские и зарубежные фирмы – производители	Российские и зарубежные фирмы – производители

Окончание таблицы 11

Критерии оценки	ТД «Премьер»	«Джем»	«Пилон»	ТД «Овалтун»
Реклама	Газеты, рекламные проспекты, телевидение, радио	Рекламные щиты, телевидение, газеты	Телевидение, газеты	Интернет, телевидение, радио
Охват рынка	Республика Хакасия	Республика Хакасия	Красноярский Край и Республика Хакасия	Красноярский Край и Республика Хакасия
Дополнительные услуги	Да	Да	Да	Да

Из таблицы видно, что компания ТД «Премьер» имеет более выгодное положение по сравнению с компаниями «Пилон» и «Овалтун», но при этом, не имеет более широкого охвата рынка. Также, компания «Джем» имеет положение лучше, чем «Премьер», так как имеет цены наиболее доступные.

Выгодно заключенные договора с поставщиками дают компании возможность выходить на региональный рынок с более низкими ценами в отличие от конкурентов. Компания ТД «Премьер» специализируется на поставках теплоизоляционных, кровельных, строительных и отделочных материалов.

Так же компания ТД «Премьер» использует рекламу в различных печатных издательствах, тем самым обеспечивает создание имиджа компании и товара. В этой связи проводится как экспертное, так и субъективное позиционирование на самом предприятии. Объективное позиционирование связано с физическими атрибутами продукта и компании; соответственно реклама, создающая имидж компании, отражая их функциональные черты. При объективном позиционировании необходимо выбирать уникальные товары и его характеристики.

Субъективное позиционирование проводится для воздействия на восприятия потребителя, создаваемый имидж связан с предпочтениями потребителей. Здесь при осуществлении рекламной деятельности учитывается восприятие товара с нужным имиджем.

Позиция строительного и отделочного товара на рынке определяется на основе выявления его качественных, ценовых и других преимуществ перед

характеристиками аналогичных товаров конкурентов. В качестве параметров, описывающих позиционирование, выбирают наиболее важные для потребителя [36].

В результате последующего ранжирования и оптимизации торговых рядов будут сформированы конкурентные преимущества. Чем большим весом обладает заданное конкурентное преимущество с точки зрения потребителя, тем более эффективным может оказаться позиционирование.

Таблица 12 – Критерии оценки товара компаний-конкурентов

Критерии оценки	«Премьер»	«Джем»	«Пилон»	«Овалтун»
Виды товаров	Бюджетный класс, Премиум класс	Бюджетный класс, Премиум класс	Эконом класс, Бюджетный класс, Премиум класс	Эконом класс, Бюджетный класс, Премиум класс
Качество товаров	Высокое	Среднее, высокое	Низкое, среднее, высокое	Низкое, среднее, высокое

Сравнительный анализ по видам товара и качеству товара, таблица 12, показывает, что «Джем» и ТД «Премьер» может удовлетворить потребности покупателей с уровнем дохода средним и вышесреднего. В то время как «Пилон» и «Овалтун» позиционирован на видах товара для любой категории уровня дохода потребителей.

Так же в бизнесе по продаже строительных и отделочных материалов одним из основных конкурентных преимуществ может выступать его местоположение, близость больших торговых центров, дороги, ведущие к частному массиву и дачным домам, представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Расположение точек продаж компаний-конкурентов ООО ТД «Премьер»

Критерии оценки	«Премьер»	«Джем»	«Пилон»	«Овалтун»
Расположение точек продаж в городе	На территории баз, в торговых центрах и в разных частях города	В торговых центрах и в разных частях города	На территории баз и в разных частях города	На территории баз и в разных частях города

На сегодняшний день ТД «Премьер» имеет большее распространение точек продаж в наиболее проходимых местах города и при этом, имеющие большой покупательский спрос. «Пилон» и «Овалтун» распространены также еще и в Красноярском крае, что имеет широкий спектр потребителей.

Предприятиям необходимо уметь постоянно развивать свои продукты и услуги, чтобы выявлять характеристики, способные отличить их от конкурентов. Это необходимо для достижения целей позиционирования и завоевания прочных позиций в конкурентной борьбе. Важным элементом позиционирования является предоставление дополнительных услуг. Сравнение компаний-конкурентов по оказанию дополнительных услуг представлено в таблице 14.

Таблица 14 – Сравнение компаний-конкурентов ООО ТД «Премьер» по оказанию дополнительных услуг

Критерии оценки	«Премьер»	«Джем»	«Пилон»	«Овалтун»
Доставка	Да	Да	Да	Да
Выезд замерщика	Да	Да	Нет	Нет
Предоставление монтажников	Да	Да	Нет	Нет
Сборка мебели	Да	Нет	Нет	Нет
Укладка паркета	Да	Да	Нет	Нет

Как следует из данных таблицы 14 ТД «Премьер» занимает лидирующие позиции по оказанию дополнительных услуг потребителям. Предоставление такого рода комплекса услуг способствует большому привлечению покупателей и увеличению товарооборота компании.

Позиционирование товара важно для того, чтобы товар, предоставляемый в компании, занял в сознании покупателя достойное место, которое будет отличаться от положения товаров-конкурентов. Поэтому для определения позиционирования товаров была составлена таблица 15.

Таблица 15 – Позиционирование товара ООО ТД «Премьер» и компаний-конкурентов

Критерии оценки	«Премьер»	«Джем»	«Пилон»	«Овалтун»
Позиционирование товара	Большие баннера в точках города, стенды с образцами	Большие баннера в точках города, стенды с образцами	Большой баннер	Большой баннер

Товару необходимо обеспечить «не вызывающее сомнений, четкое и отличное от аналогов желательное место на рынке и в сознании целевых потребителей», то есть произвести позиционирование, понимаемое как определение позиции товара среди конкурентов и придание товару определенного имиджа на целевом сегменте.

Позиционирование товара имеет целью обеспечить ему определенное, отличающееся от конкурентных и желаемое для фирмы место в перспективных сегментах рынка и в сознании целевых групп потребителей. Схемы позиционирования представляют собой модели, где каждый из товаров занимает строго определенное место в системе координат в соответствии с выраженными предпочтениями потребителей и перспективностью самих сегментов рынка, которые они представляют.

Основной принцип позиционирования – товар должен быть как минимум необходим, как максимум привлекателен и индивидуален. Позиционирование может быть основано на рациональных и/или эмоциональных выгодах.

Компания ТД «Премьер» занимает прочное и устойчивое положение находящийся в зрелом возрасте жизненного цикла бизнеса. Данная отрасль на сегодня привлекательна, предприятие занимает в ней сильные позиции.

На рынке изготовления и реализации продукции основными конкурентами фирмы являются «Джем», «Пилон», «Овалтун».

Ниже приведена общая сравнительная оценка по факторам конкурентоспособности. Каждый фактор в таблице получает оценку от 0 (наиболее слабые позиции) до 10 (доминирующие позиции).

Для проведения экспертной оценки была сформирована группа из квалифицированных работников ТД «Премьер». Экспертная оценка работы конкурентов представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Экспертная оценка работы конкурентов ООО ТД «Премьер»,
баллов

Факторы конкурентоспособности	Премьер	Джем	Пилон	Овалтун
1 эксперт				
1 . Товар (с/мат)				
Качество	9	8	7	6
Престиж торговой марки	9	10	6	6
Уровень обслуживания	7	9	6	6
Защищенность патентами	10	10	7	6
2. Цена				
Продажная	8	10	9	8
Процент скидки с цены	8	10	8	7
3. Рынок сбыта				
Реклама	7	9	7	7
Пропаганда	7	9	6	6
2 эксперт				
1 . Товар (с/мат)				
Качество	8	8	5	7
Престиж торговой марки	10	10	6	6
Уровень обслуживания	9	8	8	5
Защищенность патентами	10	9	8	6
2. Цена				
Продажная	9	8	7	6
Процент скидки с цены	9	8	6	6
2 эксперт				
3.Рынок сбыта				
Реклама	8	7	5	6
Пропаганда	7	8	4	7

Окончание таблицы 16

Факторы конкурентоспособности	Премьер	Джем	Пилон	Овалтун
3 эксперт				
1. Товар (с/мат)				
Качество	8	9	7	7
Престиж торговой марки	10	9	7	8
Уровень обслуживания	9	8	6	7
Защищенность патентами	8	8	5	7
2. Цена				
Продажная	8	9	9	8
Процент скидки с цены	8	8	8	6
3. Рынок сбыта				
Реклама	7	6	6	7
Пропаганда	6	6	6	6
Общее количество баллов	199	194	159	157

Далее необходимо на основе таблицы 16 сделать таблицу со средней арифметической оценкой экспертов для построения диаграммы.

Таблица 17 – Средняя арифметическая экспертная оценка работы конкурентов ООО ТД «Премьер», баллов

Показатель	Премьер	Джем	Пилон	Овалтун	Идеальный вариант
Качество	8,3	8,3	6,3	6,7	9
Престиж торговой марки	9,7	9,7	6,3	6,7	10
Уровень обслуживания	8,3	8,3	6,7	6	10
Защищенность патентами	9,3	9	6,7	6,3	9
Цена продажная	8,3	9	8,3	7,3	8
Процент скидки с цены	8,3	8,7	7,3	6,3	9
Реклама	7,3	7,3	6	6,7	9
Пропаганда	6,7	7,7	5,3	6,3	9

На рисунке 10 представлена экспертная оценка работы ООО ТД «Премьер» и идеальный вариант.

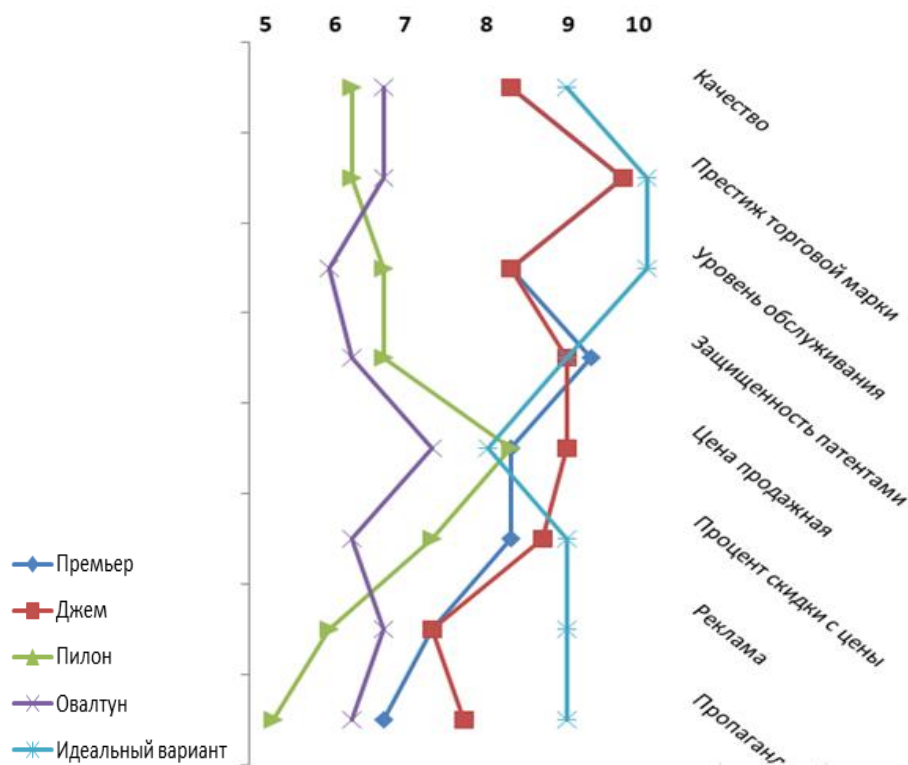


Рисунок 10 – Профиль ООО ТД «Премьер»

Оценим уровень конкурентоспособности предприятий:

- ТД «Премьер»: $199/(199+194+159+157)*100\%=28\%$, что соответствует 28% насыщенности рынка отделочным товаром;

При этом доли рынка других фирм, специализирующихся на реализации отделочных материалов, соответственно составляют:

- Джем: $194/709*100\%=27\%$;
- Пилон: $159/709*100\%=22\%$;
- Овалтун: $157/709*100\%=22\%$.

Таким образом, по мнению экспертов, конкурентоспособность данной продукции примерно на уровне конкурентоспособности других действующих в Абакане фирм. В целом из рисунка можно сделать вывод, что ТД «Премьер» и «Джем» максимально приближены к идеальному варианту оценки. Такие показатели как продажная цена, защищенность патентами, престиж, процент скидки с цены в наибольшей степени схожи с идеальной оценкой показателей предприятий. Упор необходимо делать на качество обслуживания потенциального потребителя и проведение интенсивной

рекламной кампании Торгового Дома «Премьер», в рекламе которой будут рассматриваться наличие уникальных свойств товара, его тестирование и получение сертификата соответствия. Такие предприятия как «Овалтун» и «Пилон» отстают по своим показателям от своих главных конкурентов «Премьер» и «Джем»

Проведя анализ деятельности конкурентов, можно сказать, что деятельность этих фирм за время существования, развивается и завоевывает своего клиента. Увеличение конкурентоспособности ТД «Премьер» будет возможно за счет тщательно выработанной маркетинговой стратегии фирмы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения данной бакалаврской работы была достигнута ее основная цель и решены все задачи, поставленные во введении. В заключение сделаем несколько общих выводов.

Строительство представляет собой высокодоходную сферу материального производства, оказывающее влияние на развитие огромного количества смежных отраслей и требующее большого объема инвестиций. Переоценить роль строительства как отрасли в экономической системе государства невозможно, ведь строительство тесно связано практически со всеми отраслями и сферами деятельности человека.

Организации стройиндустрии так же, как и все коммерческие предприятия, в своей деятельности ориентированы на получение максимальной прибыли. Однако в условиях рыночных отношений не менее важно закрепиться на рынке в качестве конкурентоспособной организации, у которой будет достаточно надежная репутация и которая сумеет найти достойных партнеров и повысить потенциал. Для этого необходима разработка малозатратных и высокорентабельных мероприятий, а ведь практически на каждом предприятии стройиндустрии имеются резервы для снижения затрат до рационального уровня, выявление которых позволит добиться повышения экономической эффективности деятельности строительного предприятия и его конкурентоспособности.

Практическое исследование было посвящено стратегическому анализу ООО ТД «Премьер» основным видом деятельности, которого являются оптовая и розничная торговля строительными и отделочными материалами. На основе проведенного анализа было обнаружено, что предприятие финансово неустойчиво.

Так, отрицательные моменты в деятельности предприятия следующие:

- текучесть персонала компании. Такое неуправляемое движение кадров на предприятии напрямую отразится на здоровье компании.

Причинами этого стали отсутствие программы карьерного роста и неудовлетворенность работников условиями работы;

- уменьшение выручки и рост себестоимости ООО ТД «Премьер» грозит падением результативности и потенциальным банкротством в будущем;

- на основе проведенного анализа было обнаружено, что предприятие финансово неустойчиво из – за того, что у него на балансе находится слишком большое количество внеоборотных активов и основной элемент оборотных активов «Запаса» не обеспечен источниками финансирования. Запасы и затраты не покрываются собственными оборотными средствами. На начало года на покрытие запасов и затрат не хватало 163% собственных оборотных средств $((76870/29183)*100\%)$, к концу года — 169%. Ему свойственен 4 тип финансовой устойчивости предприятия – «Кризисное финансовое состояния», т.к. $\Delta \text{СОС} < 0$, $\Delta \text{СДИ} < 0$, $\Delta \text{ОИЗ} < 0$.

Среди положительных моментов отметим, что :

- финансовая ситуация для данного предприятия является стабильной весь период исследования и определяется моделью $\bar{S}(0;0;1;1)$. Данная модель характеризуется нормальной устойчивостью, что означает, что успешно функционирующее предприятие использует для покрытия запасов различные нормальные источники средств (собственные и привлеченные);

- сильными сторонами предприятия являются: рост эффективности использования основных средств, повышение рационального использования трудовых ресурсов и ускорение оборачиваемости денежных средств.

Резюмируя данный раздел работы, отметим, что стратегическая цель ООО ТД «Премьер»: обеспечение долговременной востребованности деятельности предприятия, поддержание и усиление позиций предприятия на рынке строительных и отделочных материалов за счет повышения репутации и результативности деятельности предприятия, укрепления имиджа

надёжного партнера на основе современной системы менеджмента качества, подтвержденной сертификатом международного образца.

С целью выбора и обоснования следования верной стратегии, был проведен Swot-анализ, по результатам которого был определен ряд наилучших стратегий для деятельности организации. Наиболее оптимальными для достижения поставленных целей исследуемого предприятия можно назвать следующую стратегию – усиление позиций на рынке, сокращение числа конкурентов, расширение доли рынка с использованием нового вида строительного материала. Новый продукт ориентирован на потребителя уже производимого продукта и сопутствует ему.

Альтернативой данной стратегии будет стратегия повышение квалификации и мотивация персонала за счет применения высокопроизводительного оборудования, снижающего трудоемкость работ и повышающего безопасность труда.

Сравнительный анализ показал экономическую выгоду от использования предложенной стратегии.

По итогам проведенных расчетов был сделан вывод, что при условии, что выручка от первого мероприятия увеличится на 15%, срок ее окупаемости и дополнительный доход будут равны 8 месяцев и 2 512 рублей. А если применять второе предложение, то при увеличении выручки на 30%, срок окупаемости проекта будет равен 9 месяцев и дополнительный доход будет равен 3 756 рублей.

В целом проведение всех предложенных мероприятий позволит повысить эффективность деятельности и укрепить позиции ООО ТД «Премьер» на конкурентом рынке региона. По результатам проведенных исследований для ООО ТД «Премьер» предложена стратегия удержания на рынке, алгоритм комплексного мониторинга конкурентного развития, схема методики оценки потенциальных конкурентных преимуществ и система управления конкурентными преимуществами.

Можно сделать вывод, что вышеперечисленные альтернативные стратегии с применением мероприятий помогут при реализации конкурентной стратегии, а также благоприятно скажутся на развитии компании. Формирование устойчивых конкурентных преимуществ занимает центральное место в стратегической политике современных предприятий, поскольку именно преимущества организации перед своими основными конкурентами будут способствовать обеспечению передовых позиций в рыночном сегменте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Федеральный закон от 08.02.1998 №14 – ФЗ (ред. от 9.12.2015) «Об обществах с ограниченной ответственностью»
- 2 Программа от 14.11.2011 № 762 – «Развитие предприятий промышленности строительных материалов Республики Хакасия на 2011-2015 годы и период до 2020 года»
- 3 Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирм: учебник / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – Москва : Новости, 2013. – 26 с.
- 4 Ахматова, М. Л. Теоретические модели конкурентоспособности: учебное пособие / М. Л. Ахматова, Е. С. Попов. – Москва : Маркетинг. – 2013. – №3. – 31 с.
- 5 Богомолова, И. П. Эффективная организация структуры управления маркетингом как способ повышения конкурентоспособности предприятия / И. П. Богомолова, З. В. Гаврилова – Москва : Управление персоналом. – 2013. – №12. – 49 с.
- 6 Бондаренко В. А., Воронова Р. С. Обоснование ряда мероприятий по повышению рыночной устойчивости для предприятий (на примере ООО «Каргилл»)//Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 16. – ART 75220.
- 7 Бугай А.В. Современное состояние и тенденции развития отрасли строительных материалов в России // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 4. – 2 с.
- 8 Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие /В.А.Быков. – М: Юнити – Дана, 2015. – 163 с.
- 9 Веснин, В.Р. Менеджмент в схемах и определениях: учебное пособие / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2013. – 120с.
- 10 Волков, И.М. Проектный анализ. / И.М. Волков. – М.: Банки и биржи ИО ЮНИТИ, 2014. – 434 с.

- 11 Воронов, А. А. Формы и методы неценовой конкуренции в современных условиях хозяйствования / А. А. Воронов, К. М. Гусько – Москва : Маркетинг. – 2014. – №3. – 17 с.
- 12 Гаврилова, А.Н. Финансовый менеджмент. / А.Н. Гаврилова. – М.: КНОРУС, 2012. – 336с.
- 13 Горбатенко, А. Н. Управление рисками как фактор повышения конкурентоспособности компаний / А. Н. Горбатенко – Москва: Микроэкономика. – 2013. – №2. – 27 с.
- 14 Голубков Е.П. О понятии «стратегия», ее роли и месте в маркетинговом планировании//Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С. 3-20.
- 15 Ефимова О.В. Финансовый анализ. / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2015. – 650 с.
- 16 Зудилин, А.П. Анализ хозяйственной деятельности. / А.П. Зудилин. – Екатеринбург: Каменный пояс, 2014. – 657 с.
- 17 Карлик, А. Е. Экономика организации (предприятия) : практикум / А. Е. Карлик, Г. Н. Добрин, А. М. Белов – Москва : Инфра-М, 2012. – 37 с.
- 18 Карлина, Т. П. Структура организации и конкурентные преимущества / Т. П. Карлина – Москва : Проблемы теории и практики управления, 2015. – №6. – 76 .
- 19 Качалин, В. В. Культура конкуренции / В. В. Качалин – Москва : Мировая экономика и международные отношения, 2014. – №7. – 26 с.
- 20 Кириллов, В.Н. Анализ конкурентных преимуществ нематериальных активов в инновационной деятельности / В.Н. Кириллов – Москва : Научные технологии, 2015. – №11. – 65 с.
- 21 Кирцнер, И. С. Конкуренция и предпринимательство / И. С. Кирцнер – Москва : Социум, 2014. – 288 с.
- 22 Киселева, И. А. Конкурентоспособность предприятия в условиях глобализации общества: влияние корпоративной культуры / И. А. Киселева,

Н. Е. Симонович – Москва : Нац. интересы: приоритеты и безопасность, 2014. – №11. – 39 с.

23 Клековкин, Л. И. Системный подход к пониманию конкурентоспособности как фактор устойчивого развития экономики / Л. И. 90 Клековкин – Москва : Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – №17. – 32 с.

24 Конасс Бернар. Управление финансовой деятельностью. / Конасс Бер- нар. – М.: Финансы ИО «ЮНИТИ», 2013. – 675 с.

25 Левшина, О. Н. Методологическое обеспечение анализа конкурентоспособности в производственном предпринимательстве / О. Н. Левшина – Москва : Экономические науки. – 2015. – №7. – 253 с.

26 Мадьярова Н.Р. Пути повышения конкурентоспособности специализированных строительных организаций в современных рыночных условиях: дис.... канд. экон. наук. – М., 2014. – 14 с.

27 Манохина Е.Э., Белов А.М. Формирование и реализация целей стратегической диверсификации производства / Е.Э. Манохина, А.М. Белов // Экономические науки. – 2012. – № 10. – С. 52-55.

28 Маракулина И.В., Анфертьева Н.И. Применение методов стратегического анализа при обосновании конкурентной стратегии организации: Концепт. – 2013. – № 08 (август). – 37 с.

29 Михайлова-Станюта, И.А. Оценка финансового состояния предприятия. / И.А. Михайлова-Станюта. – Мн: Наука и техника, 2014. – 104 с.

30 Моисеева, Н. И. Влияние сетевой конкуренции на эффективность управления компаниями / Н. И. Моисеева, А. П. Стерлигова – Москва : Маркетинг. – 2013. – №2. – 31 с.

31 Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Ю. В. Морозов; под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 448 с.

- 32 Наумов, В. Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В. Н. Наумов – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2013. – 67 с.
- 33 Новосадов, С. А. Повышение конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности / С. А. Новосадов – Москва : Маркетинг. – 2014. – №4. – 102 с.
- 34 Одесс, В. С. Конкуренция - двигатель экономики рыночного типа / В. С. Одесс – Москва : Маркетинг. – 2013. – №5. – 3 с.
- 35 Пахомов, А. А. Конкурентоспособность российской экономики и отечественных компаний в глобальном измерении: внешнеэкономический аспект / А. А. Пахомов – Москва : Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2014. – №2. – 55 с.
- 36 Перухин А.М. Оценка и управление конкурентоспособностью строительно-монтажных организаций: дис.... канд. экон. наук. - М., 2015. – 26 с.
- 37 Попов, С. П. Конкурентоспособная стратегия на основе корневых компетенций / С. П. Попов – Москва : Экономические стратегии, 2013. – №11. – 70 с.
- 38 Попова, Т. В. Интегрированная система менеджмента как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия / Т. В. Попова – Москва : Экономические науки, 2015. – №1. – 129 с.
- 39 Портер, М. Конкурентное преимущество / М. Портер – Москва : «Альпина Бизнес Букс», 3-е изд., 2016. – 715 с.
- 40 Порфирьев, Б. А. Атмосфера и экономика / Б. А. Порфирьев – Москва : Россия в глобальной политике. – 2013. – № 3. – 170 с.
- 41 Потенко, Д. Л. Методы оценки стоимости бизнеса в процессе конкурентной борьбы фирм / Д. Л. Потенко – Москва : Микроэкономика. – 2014. – №3. – 167 с.
- 42 Пястолов, С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – 2-е изд., стереотип. – М.: Издательский центр «Академия»; Мастерство, 2014. – 336с.

43 Рубин Ю. Б. Стратегии конкурентных действий//Современная конкуренция. – 2014. – № 4 (46). С. 101-143.

44 Рубин Ю. Б. Что такое конкуренция? (Введение в теорию конкурентного поведения)//Современная конкуренция. – 2014. – № 1 (43). С. 101-126.

45 Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник – 9-е изд., перераб. и доп. / Ю. Б. Рубин – Москва : Маркет ДС, 2014. – 35 с.

46 Рутенберг, Д. Создание условий формирования конкурентного рынка / Д. Рутенберг – Москва : Экономические стратегии. – 2014. – №10. – 94 с.

47 Русак, Н.А. Экономический анализ в условиях самофинансирования предприятий. / Н.А. Русак, 2015. – 258 с.

48 Смирнов В.П., Зверева Н.Е. Предпринимательский подход к стратегическому управлению коммерческой организацией//Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2014. – № 5. – 15 с.

49 Соколова, М.И. Мероприятия по повышению платежеспособности. / М.И. Соколова // Главбух. – 2014. – №2. – С. 1-18.

50 Соколов, В. В. Проблема стратегического эффекта в международной конкуренции / В. В. Соколов – Москва : Вопросы экономики. – 2014. – №5. – 34 с.

51 Соколова, Е. П. Конкуренция на инновационных рынках: особенности определения и анализа / Е. П. Соколова – Москва : Вопросы экономики. – 2015. – № 9. – 126 с.

52 Старостин, А. Строительство в России - основные тенденции и перспективы к 2017 году. – 2013. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://rosstroy.info>

53 Тарануха, Ю. Б. Конкуренция. Система и процесс. Дело и Сервис / Ю. Б. Тарануха – Москва : Эксмо, 2015. – 672 с.

- 54 Томилов, В. В. Менеджмент : учебник / В. В. Томилов, Л. Н. Бабкина, Е. В. Песоцкая. – Москва : Юрайт-Издат, 2013. – 128 с
- 55 Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. 12-е изд. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд – Москва : Изд. дом «Вильямс», 2013. — 928 с.
- 56 Уварова, А. Я. Развитие конкурентных преимуществ России на основе подготовки креативных инновационно-ориентированных менеджеров XXI века / А. Я. Уварова – Москва : Нац. интересы: приоритеты и безопасность, 2013. – 9 с.
- 57 Усик, Н. Конкурентная среда: управление процессом ее формирования в России / Н. Усик - Москва : Пробл. теории и практики управл.. – 2012. – №3. – 52 с.
- 58 Фадеева Е.А. Особенности стратегического управления малыми предприятиями в современных условиях / Е.А.Фадеева // Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – №1. – 56 с.
- 59 Фальцман, В. К. Оценка конкурентоспособности российской продукции в мире, на рынках СНГ, ЕврАзЭС и дальнего зарубежья / В. К. Фальцман – Москва : Пробл. Прогнозирования. – 2014. – №1. – 87 с.
- 60 Фисун, В.А. Экономика строительства / В.А. Фисун. – М.: РГОТУПС, 2012. – 232 с.
- 61 Фокс, Дж. Как стать сильным конкурентом. Тактики достижения рыночного преимущества: учебное пособие / Дж. Фокс. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2011. – 170 с.
- 62 Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология : учебное пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 800 с.
- 63 Чайникова, Л. Н. Конкурентоспособность предприятия / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников – Тамбов : ТГТУ, 2012. – 192 с.
- 64 Черкасов, В. А. Теоретические основы конкурентоспособности : препринт / В. А. Черкасов – Санкт-Петербург : Издательство СПбГУЭФ, 2014. – 65 с.

- 65 Чудновская, Н.С. Оценка эффективности финансирования строительства в России / Н.С. Чудновская // Электронный научный журнал «Инженерный вестник Дона». – 2013. – №4. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/>
- 66 Шабалин, Е.М. Как избежать банкротства. / Е.М. Шабалин, Н.А. Кригенский. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 554 с.
- 67 Щекотихина Е.А. Структурнологическая схема проведения стратегического анализа на предприятии /Е. А. Щекотихина//Молодой ученый. – 2014. – №21. – С. 478 – 481.
- 68 Шеремет, А.Д. Финансы предприятий. / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 587 с.
- 69 Шиколова, И.Л. Перспективы 2012. Год новых возможностей строительной отрасли / И.Л. Шиколова // Сибирский дом. – 2012. – № 2. – С. 13-18.
- 70 Шуваев М.А. Развитие методов оценки конкурентоспособности строительного предприятия: дисс.... канд. экон. наук. – Саратов, 2014.
- 71 Юкаева, В.С. Менеджмент: Краткий курс: учебное пособие / В.С. Юкаева. – М.: «Дашков и Ко», 2013. – 104с.
- 72 Юрьева, Т.В. Конкурентная политика организации в условиях кризиса [Текст]: учебное пособие / Т.В. Юрьева, А.В. Волжанин, Ц. Чжан. – М.: Проспект, 2012. – 144с.
- 73 Янгирова, С.М. Конкуренция как механизм адаптации / С.М. Янгирова // Альманах современной науки и образования. – 2012. – №5. – С. 172- 174.
- 74 Рейтинг компаний строительного ритейла // ДК-Красноярск. – 2013. – №8.
- 75 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
- 76 Официальный сайт ТД «Премьер» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://премьер-тд.рф>

77 Электронный каталог Деловой Мир [Электронный ресурс]: Что является показателями успешности компании? – Москва, 2014. – Режим доступа: <https://delovoymir.biz>

78 Электронный каталог FB [Электронный ресурс]: Почему важен анализ конкурентоспособности предприятия? – Москва, 2012. – Режим доступа: <http://fb.ru>

79 Бизнес портал «Дальний Восток» [Электронный ресурс]: Рынок строительных материалов. – Владивосток, 2013. – Режим доступа: <http://dvru.ru>

80 РИА Новости [Электронный ресурс]: Импортзамещение стройматериалов в РФ даст эффект через 5-10 лет – эксперты. – Москва, 2015. – Режим доступа: https://realty.ria.ru/analysis_trends/

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Оценка текущего состояния и прогноз объемов производства и потребления основных строительных материалов на территории Республики Хакасия

Наименование показателя	Отчет	Прогноз									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Цемент, тыс.тонн											
Ввоз из других регионов (покупка)	76,6	78,9	82,1	85,9	90,1	94,8	96,2	97,7	99,1	100,6	102,1
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	76,6	78,9	82,1	85,9	90,1	94,8	96,2	97,7	99,1	100,6	102,1
Стеновые материалы, млн. шт условного кирпича											
Объем производства в регионе	24,0	24,0	24,0	26,0	26,5	27,0	27,4	27,8	28,2	30,1	32,8
Ввоз из других регионов (покупка)	3,0	2,8	2,8	2,6	2,6	2,5	3,3	2,9	3,3	2,4	1,0
Вывоз в другие регионы (продажа)	5,0	1,8	1,8	2,8	2,8	2,8	3,0	3,2	3,6	4,2	5,0
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	22,0	25,0	25,0	25,8	26,3	26,7	27,1	27,5	27,9	28,3	28,8
Суммарные мощности региона (по балансу производственных мощностей предприятий)	35,4	35,4	35,4	37,4	37,4	37,4	37,4	37,4	37,4	37,4	37,4
Конструкции и детали сборные железобетонные, тыс. куб метр											
Объем производства в регионе	100,7	140,0	140,0	165,0	165,0	165,0	167,5	170,0	172,5	175,1	177,8
Вывоз в другие регионы(продажа)	12,92	45,0	45,0	2,2	2,2	1,5	2,5	2,0	2,7	3,1	3,0
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	81,78	95,0	95,0	162,1	162,1	163,5	165,0	168,0	169,8	172,0	174,8
Суммарные мощности региона (по балансу производственных мощностей предприятий)	114,2	155,1	155,1	183,3	183,3	183,3	183,3	183,3	183,3	183,3	183,3
Панели и другие конструкции для крупнопанельного домостроения, тыс. м2 общей площади жилья											
Объем производства в регионе	8,2	8,9	9,0	9,0	9,0	9,5	9,6	9,8	9,9	9,9	10
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	8,2	8,9	9,0	9,0	9,0	9,5	9,6	9,8	9,9	9,9	10
Суммарные мощности региона (по балансу производственных мощностей предприятий)	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20
Нерудные строительные материалы в целом (щебень, гравий, песок), тыс. м3											
Объем производства в регионе	622,5	670	690	850	850	1000	1015	1030	1045	1061	1078
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	622,5	670	690	850	850	1000	1015	1030	1045	1061	1078

Окончание таблицы А.1

Наименование показателя	Отчет	Прогноз									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Из общего объема нерудных строительных материалов только щебень и гравий, тыс. м3											
Объем производства в регионе	366,4	400,0	420,0	550,0	550,0	620,0	629,0	638,0	648,0	658,0	668,0
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	366,4	400,0	420,0	550,0	550,0	620,0	629,0	638,0	648,0	658,0	668,0
Суммарные мощности региона (по балансу производственных мощностей предприятий)	510,0	550,0	550,0	550,0	550,0	650,0	650,0	650,0	650,0	650,0	650,0
Стекло листовое, тыс. м2 в натуральном исчислении											
Ввоз из других регионов (покупка)	55,0	58,0	65,0	65,0	70,0	75,0	76,0	77,2	78,4	79,6	80,0
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	55,0	58,0	65,0	65,0	70,0	75,0	76	77,2	78,4	79,6	80,0
Изделия теплоизоляционные на основе минерального волокна (стекла, базальта и др.), тыс.м3 в натуральном исчислении											
Ввоз из других регионов (покупка)	11,7	11,8	12,0	12,2	12,8	13,5	13,7	13,9	14,1	14,3	14,5
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	11,7	11,8	12,0	12,2	12,8	13,5	13,7	13,9	14,1	14,3	14,5
Изделия теплоизоляционные на основе вспененных полимеров (пенополистирол и др.), тыс. м3											
Объем производства в регионе	5,5	5,7	6,1	6,4	6,7	6,9	7,0	7,1	7,3	7,4	7,6
Ввоз из других регионов (покупка)	4,8	5,0	5,2	5,4	5,6	5,8	5,8	5,9	5,9	6,0	6,1
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	10,3	10,7	11,3	11,8	12,3	12,7	12,8	13,0	13,2	13,4	13,7
Материалы мягкие кровельные, тыс. м2											
Ввоз из других регионов (покупка)	4,2	4,3	4,5	4,6	4,8	4,9	4,9	5,0	5,1	5,2	5,2
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	4,2	4,3	4,5	4,6	4,8	4,9	4,9	5,0	5,1	5,2	5,2
Металлочерепица и другие кровельные материалы, тыс. м2											
Ввоз из других регионов (покупка)	7,5	7,8	8,1	8,4	8,8	9,2	9,3	9,4	9,6	9,7	9,9
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	7,5	7,8	8,1	8,4	8,8	9,2	9,3	9,4	9,6	9,7	9,9
Листы асбестоцементные (шифер), млн. условных плиток											
Ввоз из других регионов (покупка)	37,0	38,0	39,0	40,0	41,0	43,0	43,6	44,2	44,9	45,6	46,3
Потребление в регионе (объем продаж на региональном рынке)	37,0	38,0	39,0	40,0	41,0	43,0	43,6	44,2	44,9	45,6	46,3